

学校编码: 10384

学 号: 200415040



分类号_____密级_____

UDC _____

廈門大學

硕 士 学 位 论 文

我国旅游景区经济型酒店商务模式构建

A Preliminary Constitution of Business Model for Economic
Hotels In China Tourist Areas

鄢 海 茵

指导教师姓名: 赵 蓓 教 授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2007 年 5 月

论文答辩时间: 2007 年 6 月

学位授予日期: 2007 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2007 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。
本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。

2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

摘 要

从 1996 年起,中国出现了第一个经济型酒店,而自 2002 年开始,中国经济型酒店以其特有的经营模式、市场定位和产品定价受到了消费者的欢迎,从而获得了突飞猛进地增长,一些品牌连锁经济型酒店的年增长速度更是高居 70% 左右。纵观我国经济型酒店的现状,大多数的经济型酒店集中在经济发达、商务活动频繁的城市和地区,反映出我国经济型酒店的商务性。旅游景区经济型酒店---经济型酒店的一个细分市场目前还尚未开发,但随着商务型经济型酒店竞争的加剧以及中国旅游市场的蓬勃发展,必会引起现有经济型酒店的重视,从而将竞争领域扩大到该细分市场上。因此,本文对这一新兴领域进行商务模式的探讨,为企业形成先行者竞争优势提供参考。

本文运用翁君奕教授全面环境互动模型和商务模式创新理论构建了旅游景区经济型酒店商务模式创新方案。从旅游景区经济型酒店企业所处的经营环境入手分析,对客户市场定位。提出价值主张、价值支撑、价值保持和价值转换四方面相互配称的商务模式创新方案,为中国旅游景区经济型酒店的发展提供贯通战略和执行桥梁的商务模式新选择。

本文共有五章:

第一章 绪论。概要介绍研究背景、目的、意义以及国内外经济型酒店在中国的发展。

第二章 研究的相关理论基础。本文主要翁君奕教授原创性的全面环境互动模型和商务模式创新理论。

第三章 分析我国旅游景区经济型酒店所处的复杂环境,包括五个子环境以及子环境之间的互动。

第四章 根据环境分析的结果,探寻商务模式创新的利润区,发现目标市场。

第五章 针对目标市场,构建以价值主张、价值支撑、价值保持和价值转换相互配称互为一体的商务模式创新方案,供实用借鉴。

关键词: 经济型酒店; 旅游景区; 商务模式创新。

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

In 1996, a new hotel form---economic hotel appears. Especially from 2002, economic hotels are welcomed by the consumers and have been developed rapidly because of their operation model, marketing positioning and product price. Some famous economic chain hotels' annual development rate is as high as 70%. Most of economic hotels are aggregated in prosperous cities and areas. The consumers of these economic hotels are mostly for business men and tourists. But in another field, the economic hotels in tourist areas are not fully developed. With the fierce competition of business economic hotels and the prosperous tourist market, the economic hotels which are located in the tourist areas will be developed and competitive in the next few years. It is essential to form a leadership advantage and competitive power for the economic hotels in China tourist areas. The thesis tries to provide a choice for the economic hotels by applying business model innovation.

The thesis is based on the full-environmental interactive model and business model innovation theory. It will analyze the operating environment of economic hotels in tourist areas and position the consumers, then constitute a business model innovation.

There are five chapters: Chapter 1 is a guideline. Introduce the background and the purpose of the study, the background introduction of economic hotels in China. Chapter 2 is literature review. Introduce Business Model Innovation Theory which is submitted by Professor Doctor Wengjunyi. Chapter 3 analyzes the operating environment from full-environmental interactive model. Chapter 4 searches the profitable region of a business model innovation. Chapter 5 constitutes a business model innovation of economic hotels in tourist areas which includes value contestation, value supports, value preservation and value conversion.

Key Words: Economic Hotels; Tourist Areas; Business Model Innovation.

厦门大学博硕士论文摘要库

目录

1. 绪论	1
1.1 研究背景、目的及意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究目的	3
1.1.3 研究意义	3
1.2 国内外经济型酒店在中国的发展	5
1.2.1 经济型酒店特点和分类	5
1.2.2 国外经济型酒店在中国的发展状况	7
1.2.3 国内现有经济型酒店发展状况	8
1.2.4 小结	10
2. 相关理论基础	12
2.1 商务模式创新理论	12
2.1.1 全面环境互动模型	12
2.1.2 商务模式创新理论及构思框架	14
2.2 小结	15
3. 我国旅游景区经济型酒店的环境分析	17
3.1 我国旅游景区经济型酒店的五大环境分析	17
3.1.1 平台环境	17
3.1.2 客户环境	24
3.1.3 伙伴环境	25
3.1.4 顶板环境	27
3.1.5 内部环境	29
3.2 我国旅游景区经济型酒店子环境的互动	30
4. 我国旅游景区经济型酒店商务模式利润区探寻	32
4.1 选址	32
4.2 游客	33
4.3 小结	34

5. 我国旅游景区经济型酒店的商务模式	36
5.1 我国旅游景区经济型酒店的价值主张	36
5.1.1 价值对象	36
5.1.2 价值内容	37
5.1.3 价值提交	38
5.1.4 价值回收	39
5.1.5 小结	40
5.2 我国旅游景区经济型酒店的价值支撑	40
5.2.1 内部构造界面	40
5.2.2 伙伴界面	46
5.2.3 客户界面	47
5.2.4 小结	48
5.3 我国旅游景区经济型酒店的价值保持	48
5.3.1 内部构造界面	48
5.3.2 伙伴界面	50
5.3.3 客户界面	51
5.3.4 小结	52
5.4 我国旅游景区经济型酒店的价值转换	52
5.4.1 价值转换时期的预估	53
5.4.2 客户界面	53
5.4.3 内部构造界面	54
5.4.4 伙伴界面	55
5.4.3 小结	56
5.5 商务模式创新方案的总结	56
参考文献	58
致谢	60

Table of Contents

1. Introduction.....	1
1.1 Background and Target of the Study	1
1.2 Economic Hotels' Development in China.....	5
2. Literature Review	12
2.1 Business Model Innovation Theory	12
2.2 Conclusion	15
3. Enviornmental Analyse of Economic Hotels in Tourist Areas	17
3.1 Analyse of Operating Enviornment	17
3.2 Interactive Analyse among Sub-environments.....	30
4. Profitable Region Search of Business Model Innovation.....	32
4.1 Choosing appropriate sites	32
4.2 Customers.....	33
4.3 Conclusion.....	34
5. Business Model Innovation of Economic Hotels	36
5.1 Value Contestation	36
5.2 Value Supports	40
5.3 Value Perservation	48
5.4 Value Conversion	52
5.5 Conclusion	56
References.....	58
Thanks.....	60

厦门大学博士论文摘要库

1. 绪论

1.1 研究背景、目的及意义

1.1.1 研究背景

1996 年我国出现了第一家经济型酒店。十年来,经济型酒店从零开始得到了蓬勃的发展。尤其自 2002 年起,经济型酒店的开店数、客房提供数更是得到飞速地增长。2006 年经济型酒店的扩张增速平均达到 74%,部分达到 90%^①。同年,中国第一家经济型酒店“如家”在美国纳斯达克上市,创造了一个新的财富故事,引领着国内外众多资金流向该领域进行大规模扩张。在这个竞争行列中不乏有国外著名的经济型酒店集团,如法国雅高旗下的宜必思集团在天津开设了第一家门店,并宣布在 5 年之内将门店数扩大到 100 家。一时间,经济型酒店成为投资者、商家争夺的热土。经济型酒店市场显现出:一方面经济型酒店客房的平均入住率相对于星级酒店的平均入住率高,反映了市场对经济型酒店的需求强劲;另一方面,随着市场中的经济型酒店日趋增加,竞争程度的加剧必然导致酒店盈利水平以及拓展速度向两极开始分化。

经济型酒店之所以能呈现市场繁荣景象,究其原因主要有两个方面:

一、供需水平的不均衡

从供给角度来说,从改革开放开始受我国经济发展水平所限,我们旅游行业的发展定位是首先满足境外旅游和商务的需求其次再发展境内旅游。在当时的现实状况和发展思路下,中高档星级酒店的建设成为酒店的主流。这几年来国民经济高速发展之后,中低档酒店相对于消费人口来说供给不足,且部分低档酒店以企事业单位的招待所为主,没有融入商业化的经营,二星级酒店主要接待旅游团队,对散客的吸引力不大。这种供给水平的有限呼唤着经济型酒店的产生。

从需求角度来说,一方面是由于随着我国近年来 GDP 持续保持两位数增长势头,国内的经济水平持续好转,人均可消费收入水平上升,加上“五一”、“十一”长假及带薪假期的激发,我国旅游市场呈现欣欣向荣的发展势头。消费阶层

^①国家发改委产业政策司,《2006 中国经济型饭店调查报告》,财经界 <http://www.jrj.com>, 2007 年 2 月 5 日

在新的经济环境中得以拓展，随之引发对不同层次酒店的需求。2004 年全年国内旅游出游人数达 11 亿人次，增长 26.6%；旅游总收入 4711 亿元，增长 36.9%。2005 年，国内旅游出游人数达到 12.12 亿人次，国内旅游收入达到 5286 亿元，国际国内旅游业总收入为 7656 亿元。2006 年全年国内旅游出游人数达到 13.94 亿人次，实现旅游收入 6230 亿元，分别比 2005 年同期增长 15.01%和 17.86%^①，各项统计指标均创历史新高。2007 年春节黄金周全国共接待游客 9220 万人次，比上年同期增长 17.7%；实现旅游收入 438 亿元，比上年同期增长 19.0%^②。随着 2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会的临近，对经济型酒店的需求将更进一步持续走强。不仅旅游对经济型酒店的需求保持着持续旺盛状态，商务活动对城市中的经济型酒店的发展起到重要作用。这是因为近几年多种经济所有制主体的发展，大量中小企业构成了我国经济发展的中坚力量，他们活跃的商业活动形成了城市经济型酒店中最主要的消费群体。此外，国有企业和外资企业由于有着严格的差旅标准，也将一部分的客源引向了经济型酒店。

正是市场供应有限和需求旺盛之间的不均衡导致经济型酒店的入住率高。500多间房的莫泰168延安西路店，在2005年底以开业半年的时间就达到了100%的出租率，证明了中国经济型酒店市场的潜在容量^③。

二、产品性价比高

2005年，中国经济型饭店的平均房价为154元，公共休息区域、公共卫生间、停车场、中央消防系统、电梯、电视、电话、分体空调、室内卫生间、24小时热水已成为所有经济型饭店都配置的基本设施^④。从上述2006年的旅游人次与旅游收入数据看出，人均旅游消费仅为400元左右。这是因为随着我国年人均GDP超过1000美元，旅游这一消费热点已经从以往少数富裕家庭向城市普通家庭及富裕地区的农村家庭扩展，普通的工薪阶层构成了旅游消费的主流，这一部分的消费者对酒店消费的价格也较为敏感。数量庞大的社会旅馆、个体旅馆因为卫生、安全、服务态度和质量的规范等问题不尽人意，往往不能满足消费者的需求。当出现洁净、安全、价格实惠的经济型酒店时，迎合了消费者的需求，自然显现出强有

^① 根据各年《旅游统计年鉴》进行数据整理得出

^② 全国假日旅游部际协调会议办公室，《2007 年春节黄金周旅游统计报告》，中国旅游网 <http://www.lotour.com> 2007 年 2 月 26 日

^③ 国家发改委产业政策司，《2006 中国经济型饭店调查报告》，财经界 <http://www.jrj.com>，2007 年 2 月 5 日

^④ 国家发改委产业政策司，《2006 中国经济型饭店调查报告》，财经界 <http://www.jrj.com>，2007 年 2 月 5 日

力的市场前景。

2005年，中国经济型饭店以89%的平均出租率位居中国饭店业各种业态之首，产品性价比高和市场供应的相对稀缺是两个主要推动力量^①。

1.1.2 研究目的

自2004年以来新品牌不断涌现，以国外品牌进入和国内自创品牌两种方式新近出现的经济型酒店品牌就有近十家，这反映了经济型酒店在中国有发展机遇的同时也面临巨大的挑战。面对跨国投资者的抢滩登陆，本土经济型酒店的经营者尚缺乏经济型酒店尤其是连锁型经济型酒店的管理经验。相对于境外消费者而言，国内经济型酒店在品牌知名度方面有一定程度的缺失。本文研究的目的是帮助经济型酒店在现有激烈竞争环境中找到突破口，进行细分市场的准确定位，在定位的基础上对商务模式创新方案进行探讨，为我国经济型酒店的进一步细分市场提供理论和决策参考，力求探出一条能形成竞争优势、在激烈竞争中脱颖而出之路。

1.1.3 研究意义

本文的研究以运用商务模式创新理论，构建了旅游景区经济型酒店的商务模式创新方案，该方案：

(1) 有利于改善现有酒店业的产业结构，提高我国酒店业的国际竞争力

长久以来，我国酒店业的高档市场已逐渐被国外酒店集团所控制，而近年来，低端市场的发展势头强劲。在这一领域，品牌优势对境内消费者来说国内和国外经济型酒店基本处于同一起跑线，而国内的经济型酒店经营更具本土化优势。通过经营创新、建立和发展民族品牌，抓住这难得的发展契机，以低端市场为突破口，建设优质的经济型酒店，改善现有酒店结构的不均衡，有利于提高我们酒店业的国际竞争力。

(2) 有利于改善我国经济型酒店的经营质量，满足消费者需求。

经济型酒店在我国还是酒店业的一个新兴市场，就原有的酒店星级划分原则

^①国家发改委产业政策司，《2006 中国经济型饭店调查报告》，财经界 <http://www.jrj.com>，2007 年 2 月 5 日

来说,经济型酒店无法归入现有的星级系统,因而没有相对同一的行业规范。这就使得经济型酒店的经营过程中,服务质量等参差不齐。品牌经济型酒店和家庭旅馆类、个体酒店混在在一起,造成无论是经营者还是消费者对经济型酒店存在着认识上的误区。从经营者角度,误区在于认为经济型酒店的突出特点就是“经济”,必须降低运营成本,将提供低房价作为竞争的唯一利器,往往忽视服务,最终进入价格战这一低层次的竞争特性;另一方面,从消费者角度来说,在享受低价的同时往往忍受着服务的不到位、不便利,长此以往也不利于经济型酒店的进一步发展。通过本文的研究,从为消费者创造价值出发,不仅为提高我国经济型酒店的整体经营质量提供参考,也为更好地满足消费者需求提供了方向。

(3) 有利于多种经济的协同发展,进一步提高旅游业的产业地位。

经济型酒店的部分服务外包或形成产业集群以及新兴服务内容的提供,一方面能增加就业机会、增加税收。从2006中国经济型饭店调查报告中,得出经济型饭店“从业人员中18%的农民工、10%的城市下岗再就业人员的来源,生动地说明了中国经济型饭店市场对弱势就业人群具有的较强吸纳能力”这一结论;另一方面也可以促进我国经济的增长。作为旅游业三大支柱之一的酒店业,经济型酒店的增长不仅提升了旅游业的发展,同时经济型酒店经营中与娱乐业、零售业、金融业、信息服务业、物流业等行业具有较高的产业关联度和投资乘数效应,对国民经济的拉动作用十分突出。因此,国家在“十一五”规划中将旅游业作为国民经济的支柱产业来重点发展,以实现“尽快打破狭隘的门票经济,创新产品,细化服务,拉长产业链,扩大产业面”这一近期的旅游业工作重点^①。

^①马凯主编,《2006年中国国民经济和社会发展报告》,中国计划出版社,2006年3月

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库